

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства
та природокористування
Кафедра трудових ресурсів і підприємництва

06-05-83М

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
для проведення практичних занять та самостійного
вивчення навчальної дисципліни
«Планування та організація бізнесу»

для здобувачів вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня за освітньо-професійними програмами
«Управління персоналом і економіка праці»
та «Бізнес-аналітика» спеціальності 051 «Економіка»
денної та заочної форм навчання

Рекомендовано науково-
методичною радою з якості ННІЕМ

Протокол № 5 від 27.04.2021 р.

Рівне – 2021

Методичні рекомендації для проведення практичних занять та самостійного вивчення навчальної дисципліни з дисципліни «Планування та організація бізнесу» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійними програмами «Управління персоналом і економіка праці» та «Бізнес-аналітика» спеціальності 051 «Економіка» денної та заочної форм навчання [Електронне видання] / Юрчик Г. М. – Рівне : НУВГП, 2021. – 47 с.

Укладач: Юрчик Г. М., к.е.н., доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

Відповідальний за випуск: Міщук Г. Ю., д.е.н., професор, завідувач кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

Керівники освітніх програм:

«Бізнес-аналітика» - Рощик І. А.

«Управління персоналом» - Юрчик Г. М.

Зміст

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....	3
2. ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ТА ЗАВДАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.....	4
3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	46

© Юрчик Г. М., 2021

© НУВГП, 2021

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Успішна бізнес-діяльність потребує ретельного її планування та економічного обґрунтування. Відтак, будь-яка бізнес-діяльність повинна ретельно плануватися для її належної подальшої організації. З огляду на це, вміння планувати бізнес-діяльність для її подальшої ефективної організації є ключовим у підготовці бакалаврів за спеціальністю 051 «Економіка». В цілях формування вказаних вмінь навчальним планом підготовки студентів, які навчаються за освітньо-професійними програмами «Управління персоналом і економіка праці», «Бізнес-аналітика», передбачено вивчення дисципліни «Планування та організація бізнесу».

Мета вивчення навчальної дисципліни полягає в набутті студентами теоретичних знань та практичних навиків щодо планування та організації бізнесу (в тому числі – власного).

Основними **завдання** вивчення навчальної дисципліни «Планування і організація бізнесу» є:

- розвиток у майбутніх фахівців економічного мислення та сучасного бізнес-світогляду ринкової орієнтації;
- засвоєння цілісної системи наукових знань у сфері теорії та практики бізнес-планування;
- формування практичних навиків та творчого підходу до розробки окремих складових бізнес-плану;
- формування навиків організації бізнесу (в тому числі власного) на основі комплексного підходу та всебічного врахування зовнішніх та внутрішніх загроз і можливостей;
- вміння обґрунтовувати бізнес-рішення на основі оцінювання ризиків діяльності підвищення ефективності бізнес-діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни **студенти знатимуть:**

- сутність основоположних економічних понять та законів;
- теоретичні та прикладні засади планування бізнесу;
- принципи та законодавчі засади організації бізнес-діяльності.

За результатами вивчення дисципліни студенти матимуть **наступні компетенції (вміння):**

- генерувати та оцінювати бізнес-ідеї;
- обґрунтовувати планові показники та складати окремі розділи бізнес-плану;
- складати засновницькі документи, проходити процедуру державної реєстрації бізнесу;
- мислити критеріями економічної доцільності при обґрунтуванні бізнес-рішень;
- організовувати бізнес-діяльність на основі комплексного підходу.

2. ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ТА ЗАВДАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Модуль 1

Змістовий модуль 1. Бізнес-ідея. Планування збуту, виробництва та матеріально-технічного постачання

Тема 1. Теоретичні засади планування бізнес-діяльності. Бізнес-план

Сутність, форми та методи планування бізнес-діяльності. Види планів. Сутність, функції та призначення бізнес-плану. Структура бізнес-плану. Рекомендації щодо вибору розділів в бізнес-плані. Логіка розроблення бізнес-плану. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану.



Тести для самоперевірки:

1. Розробка та обґрунтування цілей бізнесу, визначення найкращих методів і способів їх досягнення при ефективному використанні всіх видів ресурсів – це:

- а) планування бізнесу
- б) організація бізнесу
- в) мотивування бізнес-діяльності
- г) контроль за бізнес-діяльністю
- д) аналіз бізнес-діяльності

2. Документ, що у відповідності до обраних цілей містить систему конкретних дій та заходів їх досягнення, дані про перелік та обсяг необхідних ресурсів, а також послідовність та терміни виконання робіт з виробництва та реалізації продукції (послуг) – це

- а) кошторис
- б) план
- в) посадова інструкція
- г) установчий договір
- д) статут

3. За формою прояву та змістом планування поділяється на

- а) стратегічне та оперативне
- б) календарне та робоче
- в) поточне та тактичне
- г) директивне та індикативне
- д) директивне та оперативне

4. Ознаками якої форми планування є обов'язковість планових завдань; поточний та кінцевий контроль за реалізацією із застосуванням заходів адміністративної відповідальності виконавців у разі невиконання планових завдань

- а) оперативне
- б) директивне
- в) календарне
- г) індикативне
- д) стратегічне

5. Яка форма планування включає обмежену кількість обов'язкових до виконання завдань, носить спрямовуючий, рекомендаційний характер

- а) стратегічне

- б) оперативне
 - в) директивне
 - г) календарне
 - д) індикативне
6. *За вихідною позицією для розроблення плану виділяють такі методи планування*
- а) ресурсний (від можливостей); цільовий (за потребою)
 - б) одноваріантний; багатоваріантний
 - в) екстраполяційний (від досягнутого рівня); інтерполяційний (від майбутнього кінцевого результату)
 - г) вербальний; табличний; графічний
 - д) нормативний; балансовий; статистичний
7. *За формою подання планових розрахунків прийнято виділяти такі методи планування*
- а) екстраполяційний (від досягнутого рівня); інтерполяційний (від майбутнього кінцевого результату)
 - б) вербальний; табличний; графічний
 - в) нормативний; балансовий; статистичний
 - г) одноваріантний; багатоваріантний
8. *За способом розрахунку планових показників прийнято виділяти такі методи планування (може бути кілька правильних відповідей)*
- а) ресурсний (від можливостей)
 - б) нормативний
 - в) балансовий
 - г) вербальний
 - д) екстраполяційний
9. *Який метод планування передбачає визначення планових показників на основі їх динаміки (тренду)*
- а) статистичний (індексний)
 - б) балансовий
 - в) нормативний
 - г) ресурсний (від можливостей)
 - д) вербальний
10. *Відповідно до нормативного методу плановий показник розраховується*
- а) $\text{плановий показник} = \text{норма (норматив)} * \text{об'ємний показник}$
 - б) $\text{плановий показник} = \text{норма (норматив)} / \text{об'ємний показник}$
 - в) $\text{плановий показник} = \text{об'ємний показник} / \text{норма (норматив)}$
 - г) $\text{плановий показник} = [\text{норма (норматив)} * \text{об'ємний показник}] / \text{індекс обсягів виробництва}$
 - д) $\text{плановий показник} = \text{норма (норматив)} / [\text{індекс обсягів виробництва} * \text{об'ємний показник}]$
11. *Який метод планування передбачає визначення планового показника на основі забезпечення рівноваги між кількістю необхідних та наявних ресурсів*
- а) статистичний (індексний)
 - б) балансовий
 - в) нормативний
 - г) ресурсний (від можливостей)
 - д) вербальний
12. *Якщо при розробці виробничого плану економіст-аналітик виходить із наявних ресурсних можливостей, то дане планування будується на методи*

- а) цільовому (за потребою)
- б) ресурсному
- в) нормативному
- г) балансовому
- д) вербальному

13. Який із нижче зазначених методів планування передбачає розробку планових показників на основі науково обґрунтованих норм та нормативів

- а) балансовий
- б) нормативний
- в) ресурсний (від можливостей)
- г) вербальний
- д) статистичний (індексний)

14. Який метод планування базується на кореляційних залежностях між плановими показниками і відповідними факторами і передбачає побудову регресійної моделі

- а) економетричний
- б) нормативний
- в) індексний
- г) балансовий
- д) вербальний

15. Оберіть правильну послідовність планів на підприємстві за часовим горизонтом (за спаданням)

- а) стратегічний => тактичний => оперативно-календарний
- б) тактичний => оперативно-календарний => стратегічний
- в) оперативно-календарний => тактичний => стратегічний
- г) оперативно-календарний => стратегічний => тактичний
- д) тактичний => стратегічний => оперативно-календарний

16. Тактичне планування охоплює такий часовий період

- а) рік (з поквартальним розподілом)
- б) 5 років (з щорічним розподілом)
- в) квартал (з подекадним розподілом)
- г) декада (з поденним розподілом)
- д) 3 роки (з щорічним розподілом)

17. Комплексний плановий документ бізнес-діяльності, в якому передбачені заходи, спрямовані на реалізацію підприємницької ідеї для одержання прибутку – це

- а) бізнес-план
- б) оперативно-календарний план
- в) тактичний план
- г) кошторис
- д) статут

18. Зовнішня функція бізнес-план полягає в

- а) ознайомити різних представників ділового світу (кредиторів, інвесторів, партнерів) із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї
- б) розробка концепції розвитку бізнесу, конкретизація окремих напрямів його діяльності для подальшої реалізації
- в) обґрунтуванні плану заходів щодо попередження банкрутства і виходу з кризових ситуацій
- г) комплексне представлення перспектив розвитку бізнесу на зборах акціонерів

- д) оцінка внутрішнього наукового, технічного, виробничого і комерційного потенціалу бізнесу

20. Внутрішня функція бізнес-план полягає в

- а) ознайомити різних представників ділового світу (кредиторів, інвесторів, партнерів) із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї
- б) розробка концепції розвитку бізнесу, конкретизація окремих напрямів його діяльності для подальшої реалізації
- в) комплексне представлення перспектив розвитку бізнесу для забезпечення успішної реалізації акцій фірми на фондовому ринку
- г) комплексне представлення перспектив розвитку бізнесу для включення у державні (регіональні) програми й одержання коштів з централізованих джерел
- д) комплексне представлення перспектив розвитку бізнесу для створення спільних виробництв, залучення іноземного капіталу



Практичні завдання:

Задача 1

Визначте плановий обсяг виробництва продукції на основі балансового методу на основі даних таблиці, якщо:

- а) при плануванні обсягів виробництва бізнес орієнтуватиметься на цільовий метод (за потребою);
- б) при плануванні обсягів виробництва бізнес орієнтуватиметься на ресурсний метод (за можливостей).

Вид продукції	Трудомісткість одиниці продукції (норма часу), год. / од.	Кількість робітників, які задіяні на виробництві, осіб	Корисний фонд робочого часу одного робітника, год. /місяць	Прогнозний обсяг попиту на продукцію,
А	2,56	8	160	600
Б	3,2	12	160	500

Обґрунтуйте наявність надлишку (нестачі) людських ресурсів при прийнятті до виконання планових обсягів виробництва, які визначені за цільовим та ресурсним методом.

Задача 2

Обґрунтуйте плановий показник обсягів збуту продукції на основі:

- а) статистичного методу;
- б) методу екстраполяції.

Дані про збут продукції за ряд минулих кварталів наведений в таблиці.

Вид продукції, од.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	123	125	130	132	135	136	138	142	?	?
Б	320	324	326	330	332	334	335	335	?	?

Задача 3

На основі даних нижче наведеної таблиці визначте:

- а) плановий обсяг виробництва (балансовий метод);
- б) планову потребу підприємства у матеріалах на виробничу програму (нормативний метод);

Вид продукції	Трудомісткість одиниці продукції,	Кількість робітників, осіб	Плановий корисний фонд часу робітника,	Матеріаломісткість одиниці продукції за видами матеріалів
---------------	-----------------------------------	----------------------------	--	---

	год./шт.		год./місяць	ДСП, м ² /шт.	металеві ручки, од./од.	фанера, м ² /шт.
А	1,56	15	160	1,5	6	2
Б	2,3	14	160	2,3	8	1,5
В	3	10	160	2,6	12	3,5

в) плановий обсяг поставок матеріалів (балансовий метод), якщо на початок місяця на складах підприємства був такий залишок матеріалів: фанери – 7300м², ДСП - 4000 м², металевих ручок – 10 ящиків (в ящику 1000 ручок).

Тема 2. Бізнес-ідея. Опис продукту (послуги).

Сутність та джерела бізнес-ідей. Оцінка життєздатності бізнес-ідей. Опис продукту (послуги), що виробляється (надається). Товарна політика.



Тести для самоперевірки:

1. Конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом бізнес-діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення – це:

- а) стратегічний план
- б) бізнес-план
- в) виробничий план
- г) бізнес-ідея
- д) маркетинговий план

2. Джерелами бізнес-ідей є:

- а) отримані знання
- б) інформація із ЗМІ
- в) наявні проблеми (потреби), які потребують вирішення (задоволення)
- г) ідеї науковців
- д) усі відповіді правильні

3. Первинний аналіз бізнес-ідей доцільно проводити на основі відповідей на такі запитання (може бути кілька правильних відповідей):

- а) чи треба це ринку / споживачам?
- б) чи наявна достатня кількість клієнтів?
- в) чим новий продукт (послуга) відрізняється від вже існуючих?
- г) чи маєте ви певні навички діяльності у відповідній сфері?
- д) чи незначними є витрати для започаткування бізнесу?

4. В розділі бізнес-плану «Опис продукту (послуги) та ринку» висвітлюється наступна інформація (може бути кілька правильних відповідей):

- а) назву продукції (послуги)
- б) потребу, яка задовольнятиме
- в) основні характеристики продукції
- г) собівартість продукції (послуг)
- д) ціна продукції (послуг)

5. До основних характеристик продукції при написанні розділу бізнес-плану «Опис продукту (послуги) та ринку» НЕ відносять:

- а) вага
- б) форма
- в) торговий знак

- г) рецептурний склад
- д) смакові властивості

6. До основних параметрів якості продукції при написанні розділу бізнес-плану «Опис продукту (послуги) та ринку» НЕ відносять:

- а) відповідність стандартам
- б) термін придатності
- в) функціональність
- г) екологічність
- д) вага та форма

7. При написанні розділу бізнес-плану «Опис продукту (послуги) та ринку» до можливих факторів успіху нового товару (послуги) можна віднести (може бути кілька правильних відповідей):

- а) новизна товару (послуги)
- б) своєчасність виведення продукції (послуг) на ринок
- в) близькість розміщення пропозиції продукції (послуг) до потенційних споживачів
- г) характеристики продукції (вага, форма, смакові властивості та ін.)
- д) торговий знак на продукції (послуги)

8. Що з нижче наведеного необхідно висвітлити в розділі бізнес-плану «Опис продукту (послуги) та ринку» (може бути кілька правильних відповідей):

- а) основних конкурентів
- б) ціну продукції (послуг)
- в) життєвий цикл продукції (послуг)
- г) вид економічної діяльності
- д) обсяги збуту продукції (послуг)

9. Що з нижче наведеного необхідно висвітлити в розділі бізнес-плану «Опис продукту (послуги) та ринку» для характеристики стану і перспектив розвитку відповідної галузі (може бути кілька правильних відповідей):

- а) обсяги виробництва продукції (надання послуг) у відповідній галузі
- б) вартість основного капіталу у відповідній галузі
- в) кількість суб'єктів підприємницької діяльності у відповідній галузі
- г) основні параметри продукції (послуг) в конкурентів
- д) витрати на рекламу продукції (послуг) конкурентів

10. Чинники об'єктивного або суб'єктивного характеру, через які новим фірмам важко, а часом і неможливо почати свою справу в обраній галузі, іменуються:

- а) бар'єрами входу на ринок
- б) монополією
- в) олігополією
- г) монополістичною конкуренцією
- д) стимулами бізнес-діяльності

11. До інституційних бар'єрів входу на ринок відносять (може бути кілька правильних відповідей):

- а) надання патентних прав
- б) ефект масштабу
- в) капіталовкладення
- г) реєстрація та ліцензування суб'єктів бізнесу
- д) адміністрування податків

12. До фінансово-інвестиційних бар'єрів входу на ринок відносять (може бути кілька правильних відповідей):

- а) державні замовлення та дотації
- б) митні процедури
- в) ефект масштабу
- г) капіталовкладення
- д) наявність товарів-замінників

13. До фінансових бар'єрів входу на ринок відносять (може бути кілька правильних відповідей):

- а) ставки податків та зборів
- б) монополні утворення
- в) митні процедури
- г) адміністрування податків
- д) діяльність корумпованих та кримінальних структур

14. До конкурентних бар'єрів входу на ринок відносять (може бути кілька правильних відповідей):

- а) наявність відомих брендів
- б) митні процедури
- в) ефект масштабу
- г) капіталовкладення
- д) наявність товарів-замінників

15. Оцінювання інвестиційної привабливості галузі здійснюється на основі (може бути кілька правильних відповідей):

- а) аналізу рівня інтенсивності галузевої конкуренції
- б) визначення стадії розвитку галузі
- в) аналізу маркетингової стратегії конкурентів
- г) дослідження структури товарного портфеля підприємств галузі
- д) аналізу співвідношення експорту та імпорту товарів (послуг)



Практичні завдання:

Задача 1

Оцініть рівень інвестиційної привабливості галузі (сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство) за нижче наведеною матрицею

**Рівень
конкуренції
в галузі**

Високий

Середній

Низький

				Низька привабливість
		Середня привабливість		
Висока привабливість				
Зародження	Зростання	Насичення	Спад	Стадія розвитку галузі

Матриця «Рівень інвестиційної привабливості галузі»

Вихідні дані:

1) Частка основних товаровиробників на ринку міста має вигляд:

ТОВ «Лаурсен Аквакультура» – 20%
 ПП «Рівненська Рибна Хата» – 20%
 ТОВ «Виксус» - 18%
 ТОВ «Fishline» – 15%
 ТОВ «Трион» - 10%
 ТОВ «Fish Ukraine» - 8%
 ТОВ «Рибгосп Рокині» - 5%
 Інші СПД – 4%.

2) Динаміка обсягів виробництва у відповідному ВЕД, а також індексу споживчих цін подана в таблиці:

Рік	2017	2018	2019	2020
Обсяги виробництва, млн. грн.	381227	558785	655569	727352
Індекс споживчих цін, %	112,1	148,7	113,9	114,4

Задача 2

Оцініть бар'єри входу в галузь/ринок для ВЕД «сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство», якщо експертами у відповідній галузі будуть виступати усі студенти групи (табл.). Зробіть висновок щодо можливості вільного входу в галузь.

Бар'єри входу в галузь / ринок	Критичне значення	Дуже неприйнятно	Не дуже неприйнятно	Нейтрально	Певна прийнятність	Дуже прийнятно	Критичне значення
Інституційні бар'єри							
Монопольні утворення	Високий						Низький
Регістрація СПД, ліцензування							
Надання патентних прав							
Контроль за цінами та прибутком							
Діяльність корумпованих та кримінальних структур							
Митні процедури							
Фінансово-інвестиційні бар'єри							
Ефект масштабу (зменшення витрат в розрахунку на одиницю продукції при нарощенні обсягів виробництва)	Високий						Низький
Капіталовкладення							
Витрати на відкриття бізнесу							
Державні дотації та замовлення							
Фіскальні бар'єри							
Ставки податків, зборів	Високий						Низький
Адміністрування податків							
Конкурентні бар'єри							
Насиченість ринку	Високий						Низький
Контроль за цінами							
Реклама							
Бренди (відомі торгові марки)							
Імпорт							
Деверсифікація, диференціація товарного портфелю							
Наявність товарів-замінників							

Тема 3. Опис ринку та конкурентного середовища

Опис ринку. Характеристика конкурентного середовища. Аналіз сильних та слабких сторін. Формування матриці конкурентних переваг. Оцінювання

конкурентоспроможності товару (послуги) на ринку порівняно з конкурентами.



Тести для самоперевірки:

1. Якщо матриця конкурентних переваг для бізнесу має нижче представлений вигляд, то коефіцієнт конкурентних переваг (Ккп) для власного бізнесу становить

№	Характеристика	Коефіцієнт значимості	Власний бізнес		Конкуренти			
			Бальна оцінка	Зважена оцінка	А		Б	
1	Обсяг продажів / частка ринку	0,2	4	0,8	5	1	5	1
2	Динаміка продажів	0,1	2	0,2	3	0,3	4	0,4
3	Місце розташування	0,05	3	0,15	2	0,1	4	0,2
4	Рівень цін / цінова стратегія	0,15	5	0,75	4	0,6	4	0,6
5	Рівень технологій	0,1	1	0,1	2	0,2	4	0,4
6	Якість продукції / послуг	0,15	2	0,3	3	0,45	3	0,45
7	Реклама	0,1	3	0,3	1	0,1	4	0,4
8	Фінансове становище (рентабельність)	0,05	4	0,2	3	0,15	3	0,15
9	Тривалість бізнес-діяльності	0,05	3	0,15	4	0,2	4	0,2
10	Імідж	0,05	2	0,1	3	0,15	4	0,2
Всього		1,0	-	3,05	-	3,25	-	4,0

- Ккп = 1,07 (по відношенню до конкурента А); Ккп = 1,31 (по відношенню до конкурента Б)
- Ккп = 1,17 (по відношенню до конкурента А); Ккп = 0,95 (по відношенню до конкурента Б)
- Ккп = 1,09 (по відношенню до конкурента А); Ккп = 1,35 (по відношенню до конкурента Б)
- Ккп = 0,94 (по відношенню до конкурента А); Ккп = 0,76 (по відношенню до конкурента Б)
- Ккп = 1,15 (по відношенню до конкурента А); Ккп = 1,78 (по відношенню до конкурента Б)

2. Якщо коефіцієнт конкурентних переваг для власного бізнесу у порівнянні з основним конкурентом складає 1,35, то це означає:

- власний бізнес має суттєво нижчу конкурентну позицію
- власний бізнес має рівну з основним конкурентом конкурентну позицію
- власний бізнес має стійку конкурентну перевагу
- власний бізнес має незначну конкурентну перевагу
- власний бізнес не конкурентоспроможний

3. В якому розділі бізнес-плану надається інформація про основних конкурентів та конкурентоспроможність продукції (послуг):

- маркетинговий план
- виробничий план
- опис конкурентного середовища
- опис ризиків
- організаційний план

4. Опис конкурентного середовища бізнесу передбачає висвітлення інформації про основних конкурентів, а саме (може бути кілька правильних відповідей):

- назви та місце розташування конкурентів
- ціни на товари та послуги конкурентів
- структуру капіталу конкурентів

- г) частка експорту в структурі товарообороту конкурентів
- д) рекламу та просування продукції (послуг) конкурентів

5. Комплексну діагностику конкурентного середовища на ринку доцільно здійснювати на основі:

- а) моделі «п'яти сил» М.Портера
- б) моделі конкурентних сил Емерсона
- в) моделі Херфіндаля-Хершмана
- г) моделі факторного впливу Кейнса
- д) моделі Портера-Лоурена

6. За результатами експертного оцінювання конкурентного середовища окремі його складові мають вигляд (табл.).

Конкурентні сили	Значення індексу
1. Проникнення нових конкурентів	2,5
2. Поява товарів-замінників	1,5
3. Конкурентна сила покупців	1,8
4. Конкурентна сила постачальників	1,7
5. Конкуренція між існуючими на ринку підприємствами	2,1

За наведеними даними коефіцієнт загального впливу конкурентного середовища на діяльність бізнесу складатиме:

- а) 1,95
- б) 2,1
- в) 1,93
- г) 1,34
- д) 1,85

7. Оцінювання конкурентоспроможності продукції (послуг) передбачає:

- а) оцінювання наскільки дешевшою / дорожчою є її ціна порівняно з товарами (послугами) конкурентів
- б) оцінювання наскільки вищою / нижчою є її якість порівняно з товарами (послугами) конкурентів
- в) оцінювання частоти її браку порівняно з товарами (послугами) конкурентів
- г) оцінювання наскільки краще / гірше порівно з товарами (послугами) конкурентів вона задовольняє запити користувачів співвідносно з вартістю
- д) оцінювання наскільки вищою / нижчою є її ціна споживання (з урахуванням витрат на експлуатацію) порівняно з товарами (послугами) конкурентів

8. Індекс конкурентоспроможності продукції визначається за формулою:

- а) індекс якості / індекс споживчої ціни
- б) ціна на даний товар / ціна товару в конкурентів
- в) індекс споживчої ціни / індекс якості
- г) ціна на товар / параметр якості товару
- д) індекс якості на даний товар / індекс якості товару в конкурентів

9. На основі нижче наведених показників інтенсивності конкуренції розрахуйте узагальнений показник інтенсивності конкуренції

Показники інтенсивності конкуренції	Значення
Інтенсивність конкуренції на основі ринкових часток конкурентів	0,75
Інтенсивність конкуренції з врахуванням рентабельності ринку	0,8
Інтенсивність конкуренції залежно від темпу зростання місткості ринку	1,38

- а) 0,9
- б) 0,75
- в) 0,65

- г) 0,2
д) 0,93

10. До показників монополізації ринку належать (може бути кілька правильних відповідей):

- а) коефіцієнт концентрації чотирьохчастковий
б) індекс Херфіндала-Хершмана
в) узагальнений показник інтенсивності конкуренції
г) індекс Розенблюта
д) інтенсивність конкуренції на основі ринкових часток конкурентів



Практичні завдання:

Задача 1

Розрахуйте показники інтенсивності конкуренції та монополізації ринку молочної продукції на основі нижче наведених даних. Зробіть відповідні висновки.

Назва компанії	Основні бренди	Дохід за рік		Підприємства, які входять в компанію (холдинг)	Прибуток, млн. грн.
		млрд. грн.	%		
«Терра Фуд»	ТМ «Ферма», ТМ «Тульчинка», ТМ «Біла лінія», ТМ Premiale, ТМ «Вапнярка», ТМ «Золотий озер», ТМ «Лауреат», ТМ «Сорочинське», ТМ «Від природи»	3,435	16,9	Білоцерківський молочний комбінат; Крижопільський сирзавод; Вапнярський сирзавод; Решетилівський маслозавод; Кожищенський сирзавод; Корнинський сирзавод; Тульчинський маслосирзавод; Новоодеський сирзавод; Ланівський молокозавод; Могилів-Подільський молокозавод; Гайворонський молокозавод; Немирівський молокозавод; Муровано-Курилівський молокозавод; Кодимський молокозавод; Цебриківський молокозавод	618,3
«Молочний Альянс»	ТМ «Пирятин», ТМ «Славя», ТМ «Яготинське», ТМ «Яготинське для дітей», ТМ «Здорово!», ТМ «Златокрай»	3,3	16,2	ПРАТ «Пирятинський сирзавод»; ПАТ «Баштанський сирзавод»; ПАТ «Золотоніський маслоробний комбінат»; ПАТ «Городенківський сирзавод»; ПАТ «Яготинський маслосирзавод»; ПРАТ «Тростянецький молочний завод»	726,0
«Діпопе Україна»	ТМ «Актимель», ТМ «Активія», ТМ «Растішка», «Даніссімо», ТМ «Живинка», ТМ «Веселий пастушок», ТМ «Бюбаланс», ТМ «Тема», ТМ «Простоквашино», ТМ «Галактон»	2,1	10,3	Молокозавод «Данон-Дніпро»; Вишневський молокозавод «Галактон»; Кменечуцький молокозавод «Креме».	357,0
«Комо»	ТМ «Комо», ТМ «Звягель»	1,78	8,7	ПАТ «Дубномолоко», ВАТ «Бродівський завод сухого знежиреного молока», ДП «Новоград-Волинський сиркомбінат»	356,0
ПАТ Житомирський маслозавод - компанія «Рудь»	ТМ «Рудь»	1,637	8,0	«Житомирський маслозавод»	245,6
«Людсдорф»	ТМ «На здоров'я», ТМ «Селянське», ТМ «Бур'янка», ТМ «Людсдорф», ТМ «Тотоша», ТМ «Весела Бур'янка», ТМ «Смачно шеф»	1,511	7,4	Іллінецький молочний завод (філії в різних областях)	181,3
«Milkiland Україна»	ТМ "Добряна"	1,363	6,7	9 молокопереробних заводів, об'єднаних у складі Дочірнього підприємства (ДП) "Мілкленд-Україна"	245,3
«Вім-Біль-Данн Україна»	ТМ «Слов'яночка», ТМ «Чудо», ТМ «Ромол», ТМ «Машенька», ТМ «Агуша»	1,362	6,7	Київський молочний завод; Харківський молочний комбінат	231,5

«Волошкове поле»	ТМ «Волошкове поле»	1,304	6,4	7 молокозаводів	195,6
ПрАТ «Тернопільський молокозавод»	ТМ «Молюкія»	0,84	4,1	-	100,8
ТОВ «Радивилівмолоко»	ТМ «РадМо»	0,54	2,7	-	108,0
Інші	-	1,2	5,9	-	180,0
Всього		20,37	100	-	3545,4

Загальний обсяг реалізованої продукції попереднього року склав 19,35 млрд. грн.

Задача 2

Порівняйте конкуренту позицію двох товаровиробників молочної продукції - ТОВ «Радивилівмолоко» (ТМ «РадМо») та ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молюкія»). Опис основних конкурентів на ринку (матриця конкурентного профілю).

№	Характеристика	Коефіцієнт значимості	ТОВ «Радивилівмолоко»		ПрАТ «Тернопільський молокозавод»	
			Бальна оцінка	Зважена оцінка	Бальна оцінка	Зважена оцінка
1	Обсяг продажів / частка ринку	0,2				
2	Динаміка продажів	0,1				
3	Місце розташування	0,05				
4	Рівень цін / цінова стратегія	0,15				
5	Рівень технологій	0,1				
6	Якість продукції / послуг	0,15				
7	Реклама	0,1				
8	Фінансове становище (рентабельність)	0,05				
9	Тривалість бізнес-діяльності	0,05				
10	Імідж	0,05				
Всього		1,0				

Тема 4. Маркетинговий план

Маркетинговий план як частина бізнес-плану. Маркетингові стратегії. Прогноз збуту. Методи прогнозування збуту. Методи поширення та стимулювання збуту продукції. Маркетинговий бюджет.



Тести для самоперевірки:

1. Який розділ бізнес-плану спрямований на роз'яснення шляхів виходу бізнесу на свій цільовий ринок, а також можливості впливу на ситуацію на цьому ринку задля забезпечення збуту своєї продукції (послуг):

- маркетинговий план
- виробничий план
- опис конкурентного середовища
- організаційний план

- д) опис ризиків бізнесу
2. У маркетинговому плані бізнес-плану висвітлюється інформація про (можливі кілька варіантів правильних відповідей):
- а) плановий обсяг збуту продукції (послуг) бізнесу
 - б) собіварість продукції (послуг) бізнесу
 - в) виробничу програму бізнесу
 - г) маркетингову стратегію бізнесу
 - д) можливі ризики бізнесу
3. Оцінка у грошових та натуральних одиницях обсягів збуту продукції (послуг) на певний період у майбутньому – це
- а) план збуту
 - б) план виробництва
 - в) виробнича програма
 - г) фінансовий план
 - д) план матеріально-технічного постачання
4. Концепція, яка характеризує зміну в часі обсягів збуту продукції і прибуток від її реалізації називається
- а) теорією корисності
 - б) теорією життєвого циклу товару
 - в) теорією віддачі
 - г) теорією граничної корисності
 - д) теорія еластичності
5. Вибіркове опитування потенційних споживачів про намір купити товар (анкетне, по телефону, по пошті) для планування збуту продукції є методом
- а) опитування (інтерв'ювання)
 - б) експерименту
 - в) пробного маркетингу (тестування ринку)
 - г) експертним
 - д) статистичним (індексний)
6. Який із нижче перерахованих методів планування збуту є найбільш точним, проте найбільш вартісним
- а) експертний
 - б) пробний маркетинг (тестування ринку)
 - в) статистичний
 - г) опитування
 - д) опитування (інтерв'ювання)
7. Пробний продаж нових товарів на ринку є основою для планування збуту за методом
- а) пробного маркетингу (тестування ринку)
 - б) експерименту
 - в) статистичним
 - г) опитування
 - д) опитування (інтерв'ювання)
8. Який метод планування збуту передбачає перенесення відповідних тенденцій з минулого на майбутнє
- а) експертний
 - б) пробний маркетинг
 - в) статистичний (індексний)

- г) експерименту
- д) опитування (інтерв'ювання)

9. Визначення планового обсягу збуту продукції на основі досвіду, знань та інтуїції фахівця (-ів) передбачає метод планування

- а) експертний
- б) пробний маркетинг
- в) статистичний (індексний)
- г) експерименту
- д) опитування (інтерв'ювання)

10. Який метод прогнозування обсягів збуту передбачає узагальнення обсягів постачання продукції (послуг) за укладеними договорами із замовниками

- а) метод формування портфеля замовлень
- б) пробний маркетинг
- в) статистичний (індексний)
- г) експерименту
- д) опитування (інтерв'ювання)

11. Який метод прогнозування обсягів збуту передбачає побудову регресійну модель, яка відображає зв'язок між обраним фактором (-ами) та обсягом збуту

- а) метод формування портфеля замовлень
- б) пробний маркетинг
- в) статистичний (індексний)
- г) експерименту
- д) економіко-математичного моделювання

12. Процес зосередження бізнесу на випуску одного / кількох видів продукції відповідає політиці

- а) диверсифікації
- б) спеціалізації
- в) диференціації
- г) монополізації
- д) конкордації

13. Розширення номенклатурних позицій продукції (послуг), виробництво (надання) яких здійснює бізнес відповідає політиці

- а) диверсифікації
- б) спеціалізації
- в) диференціації
- г) реінжинірингу
- д) монополізації

14. Доповнення існуючих номенклатурних груп продукції новими асортиментними позиціями відповідає політиці

- а) диверсифікації
- б) спеціалізації
- в) диференціації
- г) монополізації
- д) конкордації

16. Перевагою політики спеціалізації є:

- а) економія на основі ефекту масштабу
- б) згладження сезонності попиту
- в) ускладнення процесу управління виробництвом та збутом

- г) високі ризики при зміні ринкової кон'юнктури
- д) задоволення потреб різних споживачів

17. Недоліком політики спеціалізації є:

- а) економія на основі ефекту масштабу
- б) дія ефекту «синергії бізнесів»
- в) ускладнення процесу управління виробництвом та збутом
- г) високі ризики при зміні ринкової кон'юнктури
- д) брак компетентності щодо ведення різних напрямів бізнес-діяльності

18. Групування потенційних споживачів на основі відмінностей у їх потребах, характеристиках та поведінці; виділення в межах ринку чітко позначених груп споживачів (сегментів), які розрізняються за своїми потребами, характеристиками або поведінкою, для обслуговування яких потрібні певні товари- це:

- а) маркетинг
- б) просування товару
- в) сегментування ринку
- г) диференціація товарного портфелю
- д) позиціонування товару

19. Ознайомлення споживачів із можливостями товару; різке зниження цін, впровадження знижок (на початку входження на ринок); посилення реклами; інтенсифікація інших засобів просування; покращення умов, що стримують попит є ознаками стратегії маркетингу:

- а) стимулюючого
- б) протидіючий
- в) підтримуючого
- г) ремаркетингу
- д) демаркетингу

20. Надання товару нових властивостей, проникнення на нові ринки є ознаками стратегії маркетингу:

- а) стимулюючого
- б) протидіючий
- в) підтримуючого
- г) ремаркетингу
- д) демаркетингу

21. Розробка товарів (їх різновидів), які відповідають новим наявним потребам; перехід на якісно новий рівень задоволення потреб; застосування реклами; пошук нових сфер споживання товару є ознаками стратегії маркетингу:

- а) розвиваючого
- б) протидіючий
- в) підтримуючого
- г) ремаркетингу
- д) демаркетингу

22. Сукупність організацій, підприємств та окремих осіб, які приймають на себе чи допомагають передати іншому суб'єкту право власності на товар на шляху його просування від виробника до кінцевого споживача – це:

- а) ринкова інфраструктура
- б) канал збуту
- в) маркетинг
- г) відділ збуту

- д) складське господарство
23. Канал збуту що має вигляд «виробник – роздрібний посередник – кінцевий споживач» є:
- а) коротким непрямым
 - б) коротким прямим
 - в) довгим прямим
 - г) довгим непрямым
 - д) прямим нульового рівня
24. Канал збуту що має вигляд «виробник – оптовий посередник - роздрібний посередник – кінцевий споживач» є:
- а) коротким прямим
 - б) довгим прямим
 - в) коротким непрямым
 - г) довгим непрямым
 - д) прямим нульового рівня
25. Канал збуту що має вигляд «виробник – кінцевий споживач» є:
- а) коротким прямим
 - б) коротким непрямым
 - в) довгим непрямым
 - г) довгим прямим
 - д) прямим нульового рівня
26. Канал збуту що має вигляд «виробник – оптовий посередник - оптово-роздрібний посередник - роздрібний посередник – кінцевий споживач» є:
- а) коротким прямим першого рівня
 - б) коротким непрямым другого рівня
 - в) довгим непрямым третього рівня
 - г) довгим прямим першого рівня
 - д) прямим нульового рівня
27. До переваг створення власної збутової мережі відносять (може бути кілька правильних відповідей):
- а) пряма взаємодія з кінцевими споживачами
 - б) підвищення контрольної функції збутової політики з боку виробника
 - в) максимізація ефекту збуту (головним завданням менеджерів є збут конкретної продукції конкретного виробника)
 - г) збільшення ціни на продукцію за рахунок торгових націнок
 - д) труднощі виходу на національний і світовий ринок
28. Якщо товаровиробник має намір вийти з пропозицією власної продукції, яка належить до товарів широкого вжитку, на національний ринок, розмір якого є значним, то йому доцільно обрати такий канал збуту:
- а) коротким прямим першого рівня
 - б) коротким непрямым другого рівня
 - в) довгим непрямым другого або третього рівня
 - г) довгим прямим першого рівня
 - д) прямим нульового рівня
29. Який канал збуту варто обрати великому підприємству, що виробляє продукцію з коротким терміном придатності та порівняно високою ціною:
- а) прямий та короткий
 - б) непрямий та короткий

- в) прямий та довгий
- г) непрямий та довгий
- д) нульовий

30. Комунікаційний інструмент, який використовується підприємствами для зміцнення чи пошквдження попиту на свої товари/послуги, переважно через засоби масової інформації – це:

- а) реклама
- б) паблік рилейшнз
- в) персональний продаж
- г) збут
- д) маркетинг



Практичні завдання:

Задача 1

Визначте прогнозний обсяг збуту продукції за рік на основі даних нижче наведених таблиць за методами:

а) інтерв'ю (анкетування)

Вид продукції	Потенційна кількість споживачів (кількість жителів працездатного віку певного району міста), тис. осіб.	Частка респондентів, які ствердно відповіли про готовність купити продукцію, %	Частота придбання товару протягом місяця, разів
А	20,5	15	10
Б		10	8

б) експертний (на основі усереднених оцінок)

Вид продукції	Очікуваний прогнозний обсяг збуту (оцінка експертів), тис. од./квартал		
	1	2	3
А	9,0	9,2	9,5
Б	8,5	8,0	8,4

в) пробного маркетингу

Вид продукції	Потік споживачів у супермаркеті, де реалізовувалась пробна партія товару, за місяць, тис. осіб	Обсяг проданої продукції з пробної партії, тис. одиниць	Потенційна кількість споживачів у разі виходу на ринок міста, тис. осіб
А	85,0	12,5	350,0
Б		2,5	

г) статистичного

Вид продукції	Фактичні обсяги реалізації за квартал, тис. од.							
А	2,5	2,6	2,7	2,7	2,8	2,85	2,9	3,0
Б	1,4	1,5	1,45	1,6	1,55	1,5	1,45	1,4

д) методу формування портфеля замовлень

Вид продукції	Залишок готової продукції на складах, тис. од.	Обсяг постачання продукції за укладеними договорами в наступному році, тис. од.	Частка збуту продукції поза укладеними договорами, %
---------------	--	---	--

А	2,5	25,6	10
Б	3,5	35,2	15

В) економіко-математичного моделювання

Квартал	Продукція А		Продукція Б	
	Обсяг збуту, тис. од.	Ціна одиниці продукції, грн./од.	Обсяг збуту, тис. од.	Ціна одиниці продукції, грн./од.
1	2,5	10,2	3,5	25,2
2	2,65	10,0	4	24,3
3	2,7	10,1	4,2	24
4	2,8	9,9	3,5	23,5
5	2,9	9,9	3,5	23,2
6	2,95	9,8	4	23,2
7	2,9	9,9	3,8	22,9
8	3	9,5	2,8	24

Тема 5. Виробничий план

Зміст та наповнення виробничого плану. Планування виробничої потужності та виробничої програми. Опис технологічного та виробничого процесу. Планування матеріально-технічного забезпечення. Контроль виробництва та якості продукції (послуг).



Тести для самоперевірки:

1. Максимально можливий обсяг виробництва продукції при наявному ресурсному забезпеченні – це:

- а) виробнича потужність
- б) виробіток
- в) продуктивність праці
- г) пропускна спроможність
- д) трудомісткість

2. Кількість продукції, що може бути виготовлена за умови повного завантаження устаткування певного виду – це його

- а) виробнича потужність
- б) виробіток
- в) продуктивність праці
- г) пропускна спроможність
- д) трудомісткість

3. До факторів, які слід враховувати при виборі місця розташування бізнесу, відносять (може бути кілька правильних відповідей):

- а) густота населення
- б) наявність сировини, близькість до постачальників
- в) мінімальна сума орендних платежів за приміщення та площі для ведення бізнесу
- г) потенціал і розміщення діючих бізнес-структур (конкурентів)
- д) транспортна розв'язка, наявність стоянок для автомашин

4. Планування виробничої програми передбачає пошук оптимальних обсягів виробництва за номенклатурними та асортиментними позиціями з урахуванням таких факторів (може бути кілька правильних відповідей):

- а) прогнозного попиту на продукцію (плану збуту)
- б) виробничих потужностей та фінансово-інвестиційних можливостей бізнесу
- в) наявних залишків матеріалів на складах
- г) бажання працівників
- д) рішення органів державної влади

5. *Відповідно з цільовим підходом плановий обсяг виробництва визначається:*

- а) планом збуту
- б) виробничою потужністю
- в) планом матеріально-технічного постачання
- г) фінансовим планом
- д) організаційним планом

6. *Розділ бізнес-плану, що відображає систему адресних завдань по випуску продукції певної номенклатури, асортименту, відповідної кількості та якості – це:*

- а) маркетинговий план
- б) виробничий план
- в) організаційний план
- г) фінансовий план
- д) опис ризиків

7. *Виробничий план як розділ бізнес-плану дає відповіді на наступні питання (може бути кілька правильних відповідей):*

- б) якою є послідовність виконання виробничих операцій
- в) які матеріали, сировина, комплектуючі потрібні для забезпечення виробничого процесу
- г) яка собівартість продукції
- д) яка виробнича програма бізнесу
- е) яка конкурентна позиція продукції на ринку

8. *Відповідно з ресурсним підходом плановий обсяг виробництва визначається:*

- б) планом збуту
- в) виробничою потужністю
- г) планом матеріально-технічного постачання
- д) фінансовим планом
- е) організаційним планом

9. *Виробнича потужність відображає максимальні обсяги виробництва продукції при виробничих ресурсах:*

- а) наявних
- б) потрібних (при можливому залученні додаткових)
- в) мінімальних
- г) максимальних
- д) заданих

10. *Яка виробнича потужність провідного підрозділу підприємства за зміну, якщо продуктивність обладнання – 2 од./год; кількість одиниць обладнання – 5 од.; тривалість зміни – 8 год.?*

- а) 80 од.
- б) 40 од.
- в) 50 од.
- г) 10 од.
- д) 20 од.

11. Яка виробнича потужність провідного підрозділу підприємства за зміну, якщо машиномісткість одиниці продукції – 1,33 год./од.; кількість одиниць обладнання – 4 од.; тривалість зміни – 8 год.?

- а) 24 од.
- б) 42 од.
- в) 32 од.
- г) 52 од.
- д) 48 од.

12. Контроль, що передбачає моніторинг якості «вхідних» ресурсів та здійснюється до фактичного початку робіт є:

- а) поточним
- б) попереднім
- в) заключним
- г) вибірковим
- д) суцільним

13. Виробнича потужність підприємства відображає обсяги виробництва:

- а) мінімальні (при наявних виробничих засобах)
- б) максимальні (при потрібних виробничих засобах)
- в) максимальні (при наявних виробничих засобах)
- г) мінімальні (при потрібних виробничих засобах)
- д) мінімальна (при мінімальному задіянні виробничих засобів)

14. «Вузьке місце» - це:

- а) група устаткування, що має найменшу пропускну спроможність
- б) група устаткування, що має максимальну пропускну спроможність
- в) група устаткування, що має пропускну спроможність, що рівна нулю
- г) група устаткування, яке простоє (не завантажене)
- д) група устаткування, що має пропускну спроможність нижче середнього рівня

15. Група устаткування, що стримує зростання обсягів виробництва внаслідок низької пропускної спроможності - це:

- а) основні засоби
- б) «вузьке місце»
- в) «широке місце»
- г) зношене устаткування
- д) устаткування, яке простоє внаслідок недозавантаження

16. До способів розшивки «вузьких місць» належить:

- а) запровадження двохзмінного (трьохзмінного) режиму роботи підприємства
- б) запровадження двохзмінного (трьохзмінного) режиму роботи за технологічним етапом, який має максимальну пропускну спроможність
- в) запровадження двохзмінного (трьохзмінного) режиму роботи за технологічним етапом, який має мінімальну пропускну спроможність
- г) установка додаткового устаткування за технологічним етапом, який має максимальну пропускну спроможність
- д) зменшення кількості устаткування за технологічним етапом, який має мінімальну пропускну спроможність

17. За обсягами виробництва прийнято виділяти такі типи виробництва (можливі кілька варіантів правильних відповідей):

- а) одиничне

- б) серійне
- в) масове
- г) потокове
- д) непотокове

18. Передача компанії частини процесів (операцій) стороннім виконавцям на умовах підряду / субпідряду – це:

- а) аутсорсинг
- б) оренда
- в) лізинг
- г) комерція
- д) технологічний процес

19. Активи, що обслуговують господарський процес і забезпечують його неперервність, які споживаються протягом року або протягом одного операційного циклу – це

- а) оборотні активи
- б) необоротні активи
- в) сировина та матеріали
- г) виробничі запаси
- д) основні засоби

20. До основних засобів належить:

- а) право на користування природними ресурсами
- б) земельна ділянка
- в) цінні папери
- г) частка у статутному фонді іншого підприємства
- д) право на користування земельними ділянками

21. Пропускна спроможність для i -ої групи устаткування (Q_i) визначається за формулою (умовні позначення: t_i - машиномісткість (трудомісткість) виготовлення одиниці продукції за i -тим видом устаткування (технологічним етапом); F_{qi} – корисний фонд часу одиниці устаткування i -го виду; q_i – кількість устаткування i -го виду):

а)
$$Q_i = \frac{F_{qi} \cdot q_i}{t_i}$$

б)
$$Q_i = \frac{q_i}{t_i \cdot F_{qi}}$$

в)
$$Q_i = \frac{F_{qi}}{t_i \cdot q_i}$$

г)
$$Q_i = \frac{F_{qi} \cdot t_i}{q_i}$$

д)
$$Q_i = \frac{t_i}{q_i \cdot F_{qi}}$$

22. Виробнича потужність визначається:

- а) мінімальною пропускною спроможністю і-го устаткування (технологічного етапу)
 - б) максимальною пропускною спроможністю і-го устаткування
 - в) середньою пропускною спроможністю за усіма видами устаткування
 - г) пропускною спроможністю будь-якого устаткування (обраного без визначеного критерію)
 - д) фактичним випуском продукції
23. *Частина виробничого процесу, яка містить цілеспрямовані дії по зміні стану предмета праці (зміна його форми, розміру, властивостей) – це:*
- а) технологічний процес
 - б) аутсорсинг
 - в) транспортно-заготівельні операції
 - г) збут
 - д) господарська діяльність
24. *Матеріальні, нематеріальні та фінансові ресурси, призначені для реалізації чи використання протягом терміну, що більший за дванадцять місяців чи операційний цикл – це*
- а) оборотні активи
 - б) необоротні активи
 - в) сировина та матеріали
 - г) виробничі запаси
 - д) основні засоби
25. *До основних засобів належить:*
- а) автотранспортні засоби
 - б) цінні папери
 - в) частка у статутному фонді іншого підприємства
 - г) право на користування природними ресурсами
 - д) право на використання торгової марки
26. *Контроль кожної одиниці продукції в партії, що майже повністю виключає можливість потрапляння до споживача продукції з дефектом, є:*
- а) поточним
 - б) попереднім
 - в) заключним
 - г) вибіркоким
 - д) суцільним
27. *Контроль, що передбачає моніторинг якості проб з партії чи потоку продукції, є:*
- а) поточним
 - б) попереднім
 - в) заключним
 - г) вибіркоким
 - д) суцільним
28. *До оборотних активів належить:*
- а) паливо
 - б) автотранспортні засоби
 - в) право на використання земельною ділянкою
 - г) устаткування
 - д) цехові будівлі

29. До оборотних активів належить:

- а) основні матеріали та комплектуючі
- б) земельна ділянка
- в) право на використання земельною ділянкою
- г) устаткування
- д) складські будівлі

30. Ознаками якого типу виробництва є необмежена номенклатура виробів, застосування універсального устаткування, висока собівартість продукції

- а) масове
- б) серійне
- в) одиничне
- г) конвеєрне
- д) потокове



Практичні завдання:

Задача 1

Оптимізувати виробничу програму підприємства, якщо:

- 1) підприємство планує виготовляти два види продукції – А і Б;
- 2) затрати ресурсу часу устаткування (машиномісткість продукції) на виробництво продукції А і Б наведені в таблиці:

Вид устаткування	Машиномісткість продукції, маш.год./шт.	
	А	Б
Заготівельне	2,3	2,6
Фрезерне	1,7	1,8
Складально-монтажне	1,6	1,9

3) Кількість наявного устаткування є наступним:

- заготівельне устаткування – 12 од.
- фрезерне устаткування – 10 од.
- складально-монтажне устаткування – 14 од.

4) Річний фонд робочого часу одиниці устаткування – 2000 год.

5) Плановий прибуток на одиницю продукції А складає 54,6 грн./шт., Б – 69,8 грн./шт.

Задача 2

Визначити:

- пропускну спроможність кожного технологічного етапу;
- загальний річний обсяг виробництва (за критерієм «вузького місця»);
- необхідну потребу в ресурсах (за умови прийняття до виконання визначеного річного планового обсягу виробництва);
- коефіцієнти використання ресурсів (праці, устаткування)

Якщо:

- 1) Трудомісткість (машиномісткість) та наявне ресурсне забезпечення в розрізі видів робіт становить:

Види робіт	ті - трудомісткість (машиномісткість) од. прод.	Лі - наявна чисельність працівників	qі - кількість устаткування, робочих місць
свердлильні і розточні	1,6	11	6
фрезерні	2	15	7
шліфувальні	1,8	16	8
оздоблювальні	2,1	16	9

2) Місячний корисний фонд робочого часу (в середньому на одного працівника) становить 178 год.

Місячний корисний фонд часу (в середньому на одиницю устаткування) становить 352 год.

Модуль 2

Змістовий модуль 2. Організаційний та фінансовий план бізнес-діяльності. Організація бізнес-діяльності

Тема 6. Організаційний план

Обґрунтування вибору юридичної форми організації бізнесу. Визначення потреби в персоналі з розподілом по категоріях. Джерела набору персоналу. Створення організаційної структури управління.



Тести для самоперевірки:

1. Який розділ бізнес-плану орієнтований на обґрунтування вибору форми організації бізнес-проекту, визначення потреби в персоналі, доведенні спроможності менеджерів успішно реалізувати бізнес-проект

- а) маркетинговий план
- б) кадровий план
- в) організаційний план
- г) фінансовий план
- д) виробничий план

2. Створення нового бізнесу з «нуля» як спосіб входження в бізнес має такі переваги

- а) значні витрати на придбання необхідних основних засобів
- б) відсутність «ім'я» в момент виходу на ринок
- в) часткова втрата свободи у прийнятті рішень в процесі бізнес-діяльності
- г) можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця
- д) стандартизація бізнес-діяльності

3. Створення нового бізнесу з «нуля» як спосіб входження в бізнес має такі недоліки

- а) відсутність «ім'я» в момент виходу на ринок
- б) часткова втрата свободи у прийнятті рішень в процесі бізнес-діяльності
- в) можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця
- г) стандартизація бізнес-діяльності
- д) труднощі щодо зміни існуючої системи бізнес-діяльності

4. Придбання існуючого бізнесу як спосіб входження в бізнес має такі переваги

- а) наявний сформований колектив працівників, контингент постачальників, налагоджені ділові зв'язки
- б) часткова втрата свободи у прийнятті рішень в процесі бізнес-діяльності
- в) можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця
- г) відсутність «ім'я» в момент виходу на ринок
- д) стандартизація бізнес-діяльності

5. Придбання існуючого бізнесу як спосіб входження в бізнес має такі недоліки

- а) наявний сформований колектив працівників, контингент постачальників, налагоджені ділові зв'язки

- б) часткова втрата свободи у прийнятті рішень в процесі бізнес-діяльності
 - в) можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця
 - г) можливість придбання нерентабельного бізнесу
 - д) можливість отримання негайного джерела прибутку
6. *Франчайзинг як спосіб входження в бізнес має такі недоліки*
- а) наявний сформований колектив працівників, контингент постачальників, налагоджені ділові зв'язки
 - б) відсутність «ім'я» в момент виходу на ринок
 - в) часткова втрата свободи у прийнятті рішень в процесі бізнес-діяльності
 - г) можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця
 - д) гарантія якості товарів і послуг
7. *Франчайзинг як спосіб входження в бізнес має такі переваги*
- а) можливість отримання негайного джерела прибутку
 - б) часткова втрата свободи у прийнятті рішень в процесі бізнес-діяльності
 - в) можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця
 - г) відсутність «ім'я» в момент виходу на ринок
 - д) використання відомого товарного знаку (бренду)
8. *Франчайзинг як спосіб входження в бізнес має такі недоліки*
- а) можливість побудувати «оригінальний» бізнес, обрати особливе місце його розташування
 - б) відсутність «ім'я» в момент виходу на ринок
 - в) наявність франчайзингових платежів
 - г) можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця
 - д) використання відомого товарного знаку (бренду)
9. *Метод ведення бізнесу, заснований на довгострокових відносинах між двома сторонами, в основі яких лежить ліцензія на право використання імені бізнесу широко відомої компанії – це*
- а) франчайзинг
 - б) факторинг
 - в) придбання існуючого бізнесу
 - г) ребрендинг
 - д) аутсорсинг
10. *Сукупність майнових і організаційних відмінностей, способів формування майнової бази бізнесу, особливостей взаємодії власників, їх відповідальності один перед одним та іншими учасниками господарських правовідносин – це*
- а) організаційно-правова форма бізнесу
 - б) франчайзинг
 - в) аутсорсинг
 - г) статут
 - д) установчий договір
11. *Партнерство як організаційно-правова форма бізнесу представлене такою формою бізнесу*
- а) фізична особа-підприємець
 - б) приватне підприємство
 - в) приватне акціонерне товариство
 - г) публічне акціонерне товариство
 - д) товариство з обмеженою відповідальністю
12. *Одноосібне підприємництво як організаційно-правова форма бізнесу у вигляді*

юридичної особи представлене такою формою бізнесу

- а) фізична особа-підприємець
- б) приватне підприємство
- в) приватне акціонерне товариство
- г) публічне акціонерне товариство
- д) товариство з обмеженою відповідальністю

13. Одноосібне підприємництво як організаційно-правова форма бізнесу у вигляді фізичної особи представлене такою формою бізнесу

- а) підприємець
- б) приватне підприємство
- в) приватне акціонерне товариство
- г) публічне акціонерне товариство
- д) товариство з обмеженою відповідальністю

14. Корпорація як організаційно-правова форма бізнесу представлена такою формою бізнесу

- а) фізична особа-підприємець
- б) приватне підприємство
- в) приватне акціонерне товариство
- г) повне товариство
- д) товариство з обмеженою відповідальністю

15. Підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці – це

- а) приватне підприємство
- б) приватне акціонерне товариство
- в) повне товариство
- г) товариство з обмеженою відповідальністю
- д) товариство з додатковою відповідальністю

16. Господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, що несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю
- б) товариство з додатковою відповідальністю
- в) приватне акціонерне товариство
- г) публічне акціонерне товариство
- д) повне товариство

17. Господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, учасники якого відповідають за його боргами своїми внесками до статутного капіталу, а при недостатності цих сум - додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеска кожного учасника (граничний розмір відповідальності учасників передбачається в установчих документах) – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю
- б) товариство з додатковою відповідальністю
- в) приватне акціонерне товариство
- г) публічне акціонерне товариство
- д) повне товариство

18. Господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними

договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю
- б) товариство з додатковою відповідальністю
- в) приватне акціонерне товариство
- г) публічне акціонерне товариство
- д) повне товариство

19. Господарське товариство, в якому один або декілька учасників здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть за його зобов'язаннями додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, на яке за законом може бути звернено стягнення, а інші учасники присутні в діяльності товариства лише своїми вкладками – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю
- б) товариство з додатковою відповідальністю
- в) приватне акціонерне товариство
- г) командитне товариство
- д) повне товариство

20. Господарське товариство, статутний капітал якого поділений на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю
- б) товариство з додатковою відповідальністю
- в) акціонерне товариство
- г) товариство акціонерів
- д) повне товариство

21. До виробничих категорій персоналу належить

- а) основні робітники
- б) адміністративно-управлінський персонал
- в) фахівці
- г) службовці
- д) молодший обслуговуючий персонал

22. Відповідно до нормативного методу чисельність основних робітників на основі норми виробітку доцільно планувати за формулою (умовні позначення: H_v - норма виробітку за годину; F - плановий фонд робочого часу одного робітника, год; $K_{в.н}$ - коефіцієнт виконання норм; Q – плановий обсяг виробництва продукції)

а)
$$Ч_{op} = \frac{Q \cdot K_{в.н}}{H_v \cdot F}$$

б)
$$Ч_{op} = \frac{Q \cdot F}{H_v \cdot K_{в.н}}$$

в)
$$Ч_{op} = \frac{Q \cdot F \cdot H_v}{K_{в.н}}$$

г)
$$Ч_{op} = \frac{Q}{H_v \cdot F \cdot K_{в.н}}$$

$$д) \quad \mathcal{Q}_{op} = \frac{F \cdot H_v}{K_{в.н} \cdot Q}$$

23. *Необхідною умовою для планування чисельності основних робітників на основі балансового методу є*

- а) наявність обґрунтованих норм затрат робочого часу (трудомісткості продукції)
- б) наявність обґрунтованих норм обслуговування
- в) відсутність різких змін у виробничій програмі
- г) незмінність продуктивності праці
- д) відома чисельність основних робітників за не менше 6 місяців в минулому

24. *Відповідно до нормативного методу чисельність основних робітників за кількістю робочих місць (нормою обслуговування) доцільно планувати за формулою (умовні позначення: q_i – кількість робочих місць для виконання i -го виду робіт; $K_{зм}$ – кількість змін роботи; m_n – нормативна кількість робочих місць або одиниць робочих машин і устаткування, які може обслуговувати робітник).*

$$а) \quad \mathcal{Q}_{op} = \sum q_i \cdot m_n \cdot K_{зм}$$

$$б) \quad \mathcal{Q}_{op} = \frac{\sum q_i \cdot m_n}{K_{зм}}$$

$$в) \quad \mathcal{Q}_{op} = \frac{m_n}{\sum K_{зм} \cdot q_i}$$

$$г) \quad \mathcal{Q}_{op} = \frac{\sum q_i \cdot K_{зм}}{m_n}$$

$$д) \quad \mathcal{Q}_{op} = \frac{\sum q_i}{K_{зм} \cdot m_n}$$

25. *Який метод планування чисельності основних робітників базується статистичному тренді обсягів виробництва (чистої чи умовно-чистої продукції) та продуктивності праці?*

- а) балансовий
- б) індексний (статистичний)
- в) евристичний
- г) нормативний
- д) економетричний

26. *Відповідно до індексного методу планування чисельності основних робітників здійснюється за формулою (умовні позначення: n - період; I_Q , $I_{ПП}$ - індекси обсягів продукції та продуктивності праці; Q – виробнича програма у плановому періоді)*

$$а) \quad \mathcal{Q}_{op}^{n+1} = (\mathcal{Q}_{op}^n \cdot I_Q) / (I_{ПП} \cdot Q)$$

$$б) \quad \mathcal{Q}_{op}^{n+1} = \mathcal{Q}_{op}^n / (I_Q \cdot I_{ПП})$$

$$в) \quad \mathcal{Q}_{op}^{n+1} = (\mathcal{Q}_{op}^n \cdot Q \cdot I_Q) / I_{ПП}$$

$$\text{г)} \quad \mathcal{Q}_{op}^{n+1} = \mathcal{Q}_{op}^n / (I_{III} \cdot \mathcal{Q}_{op}^n)$$

$$\text{д)} \quad \mathcal{Q}_{op}^{n+1} = (\mathcal{Q}_{op}^n \cdot I_Q) / I_{III}$$

27. Чисельність допоміжних робітників відповідно до нормативного методу визначається за формулою (умовні позначення: V - кількість виробничих об'єктів, які потребують обслуговування, одиниць; $K_{зм}$ - кількість змін роботи; $N_{об}$ - норма обслуговування; ; Q – виробнича програма у плановому періоді)

$$L = \frac{V \cdot K_{зм}}{N_{об}}$$

а)

$$\text{б)} \quad L = \frac{V \cdot K_{зм} \cdot Q}{N_{об}}$$

в)

$$L = \frac{V}{N_{об} \cdot K_{зм}}$$

г)

$$L = \frac{N_{об} \cdot K_{зм}}{V}$$

д)

$$L = \frac{N_{об} \cdot K_{зм}}{V \cdot Q}$$

28. Якщо у звітному періоді чисельність допоміжних робітників складала 10 осіб, а основних робітників – 50 осіб. У плановому періоді чисельність основних робітників планується збільшити до 70 осіб. Відповідно до методу приблизних (укрупнених) розрахунків планова чисельність допоміжних робітників повинна складати

а) 10 осіб

б) 15 осіб

в) 14 осіб

г) 20 осіб

д) 13 осіб

29. Порядок планування заробітної за тарифною системою здійснюється

а) «згори-вниз» (першочергово визначається ФОП, який підлягає подальшому розподілу)

б) «знизу-вгору» (першочергово визначаються розміри індивідуальних заробітних плат, на основі яких розраховується ФОП)

в) комбіновано (частина заробітної плати планується «знизу» та є базовою, а частина - визначається «зверху» відповідно до показників діяльності, є гнучкою та підлягає розподілу)

г) довільно

д) за рішенням уповноважених осіб

30. Порядок планування заробітної за гнучкою системою колективної оплати праці здійснюється

а) комбіновано (частина заробітної плати планується «знизу» та є базовою, а частина - визначається «зверху» відповідно до показників діяльності, є гнучкою та підлягає розподілу)

б) «знизу-вгору» (першочергово визначаються розміри індивідуальних заробітних плат, на основі яких розраховується ФОП)

в) «згори-вниз» (першочергово визначається ФОП, який підлягає подальшому

- розподілу)
 г) довільно
 д) за рішенням уповноважених осіб



Практичні завдання:

Задача 1

Визначте планову чисельність працівників для бізнесу по виробництву морозива на основі даних таблиці:

Категорія працівників	Професія	Вихідні дані
Основні робітники	Оператор лінії виробництва морозива	Кількість технологічних ліній по виробництву морозива – 2 од. Кількість змін роботи – 2 Нормативна кількість одиниць обладнання, яке може обслуговувати один робітник – 0,5.
	Виробник морозива	Плановий обсяг виробництва морозива за місяць – 12 тис. кг. Планова норма виробітку – 8 кг./год. Плановий фонд робочого часу робітника за місяць – 160 год. Коефіцієнт виконання норм – 1,1.
	Гартівник морозива	Трудомісткість гартування 1 кг. морозива – 5 хв. Плановий фонд робочого часу робітника за місяць – 160 год. Плановий обсяг виробництва морозива за місяць – 12 тис. кг.
Допоміжні робітники	Наладники	Кількість технологічних ліній по виробництву морозива – 2 од. Кількість змін роботи – 2 Норма обслуговування – 1.
	Транспортувальники	Норма обслуговування основних робітників (виробники і гартівники морозива) – 4 особи / особу.
	Інші категорії допоміжних робітників (електромеханік, водій)	10% чисельності основних робітників
Керівники і спеціалісти	Інженер-технолог Економіст-бухгалтер Менеджер зі збуту Виконавчий директор	???

Задача 2

Визначте плановий фонд оплати праці за місяць за даними задачі 1 на основі

а) методу розрахунку за середньою заробітною платою:

Категорія працівників	Середня заробітна плата, грн./місяць
Основні робітники	
Допоміжні робітники	
Керівники і спеціалісти	

б) поелементного методу за тарифною системою:

Категорія працівників	Вихідні дані
Основні робітники	Оператор лінії виробництва морозива
	Виробник морозива
	Гартівник морозива
Допоміжні робітники	Наладники
	Транспортувальники
	Інші категорії

	допоміжних робітників (електромеханік, водій)	Середня годинна тарифна ставка – 31,5 грн./год. Коефіцієнт доплат і преміальних виплат – 1,0,3
Керівники і спеціалісти	Інженер-технолог Економіст-бухгалтер Виконавчий директор	Номінальний місячний робочий час відповідно до графіку роботи – 160 год. /місяць Плановий корисний (відпрацьований) робочий час за місяць – 152 год. Місячні посадові оклади: інженер-технолог – 7800 грн.; економіст-бухгалтер – 6500 грн.; виконавчий директор – 9500 грн.
	Менеджер зі збуту	Базова місячна тарифна ставка – 4173 грн. Норматив участі в доході – 1% Плановий обсяг збуту – 250 тис. грн.

Обґрунтуйте загальну суму витрат бізнесу на утримання персоналу за місяць.

Тема 7. Фінансовий план.

Завдання розробки та значення фінансового плану. Планування ціни продукції (послуг). Структура фінансового плану (план доходів і витрат, план грошових надходжень та виплат, плановий баланс). Очікувані фінансові коефіцієнти. Аналіз чутливості. Фінансові потреби фірми й умови повернення коштів потенційним кредиторам та інвесторам.



Тести для самоперевірки:

1. Частина бізнес-плану, що демонструє які фінансові ресурси буде потрібно для реалізації інвестиційного проекту, а також віддачу від проекту при заданих початкових даних і вірності висновків маркетингового дослідження – це

- а) організаційний план
- б) фінансовий план
- в) маркетинговий план
- г) опис ризиків
- д) виробничий план

2. Головне призначення якого розділу бізнес-плану полягає в узагальненні та приведенні інших розділів бізнес-плану до вартісної форми, обґрунтуванні доцільності реалізації підприємницького проекту з економічного погляду

- а) організаційний план
- б) фінансовий план
- в) маркетинговий план
- г) опис ризиків
- д) виробничий план

3. Зменшення економічних вигод у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань – це

- а) витрати
- б) доходи
- в) прибуток
- г) собівартість
- д) рентабельність

4. Довгострокові витрати, які спрямовані на збільшення необоротних активів (основних засобів), вартість яких поступово зменшується на суму зносу (амортизаційних відрахувань) – це

- а) капітальні витрати
- б) поточні витрати

- в) собівартість
 - г) калькулювання
 - д) прямі виробничі витрати
5. *Витрати, що повністю списуються у поточному періоді (переважно оборотні активи), є*
- а) поточними
 - б) капітальними
 - в) постійними
 - г) змінними
 - д) регулярними
6. *Собівартість продукції (послуг) формується на основі*
- а) поточних витрат
 - б) капітальних витрат
 - в) постійних витрат
 - г) змінних витрат
 - д) сукупних (поточних і капітальних) витрат
7. *Собівартість – це сукупність витрат на*
- а) виробництво продукції
 - б) реалізацію продукції
 - в) виробництво і реалізацію продукції
 - г) придбання продукції
 - д) закупівлю матеріалів та оплату праці
8. *Калькулювання – це*
- а) процес планування витрат на виробничу програму
 - б) процес планування прибутку та рентабельності підприємства за звітний період
 - в) планове обґрунтування суми витрат у звітному періоді
 - г) процес визначення собівартості одиниці продукції
 - д) процес розрахунку поточних та капітальних витрат
9. *Які витрати із нижче перерахованих належать до прямих витрат*
- а) сировина та основні матеріали
 - б) заробітна плата допоміжних робітників
 - в) витрати на збут
 - г) загальновиробничі витрати
 - д) адміністративні витрати
10. *Витрати на оплату праці основних робітників належать до*
- а) прямих виробничих
 - б) непрямих виробничих
 - в) непрямих виробничих
 - г) непрямих позавиробничих
 - д) прямих адміністративних
11. *Прямі виробничі витрати та загальновиробничі витрати формують*
- а) виробничу собівартість продукції
 - б) невиробничу собівартість продукції
 - в) повну собівартість продукції
 - г) валову собівартість продукції
 - д) ціну продукції
12. *Які витрати із нижче перерахованих належать до прямих витрат*
- а) заробітна основних робітників-відрядників

- б) заробітна плата допоміжних робітників
 - в) витрати на збут
 - г) загальновиробничі витрати
 - д) адміністративні витрати
13. *Які витрати із нижче перерахованих належать до непрямих загальновиробничих витрат*
- а) заробітна основних робітників-відрядників
 - б) заробітна плата допоміжних робітників
 - в) витрати на збут
 - г) інші операційні витрати
 - д) адміністративні витрати
14. *Які витрати із нижче перерахованих належать до непрямих позавиробничих витрат*
- а) заробітна основних робітників-відрядників
 - б) заробітна плата допоміжних робітників
 - в) витрати на збут
 - г) амортизація цехових будівель
 - д) витрати на сировину та основні матеріали
15. *Грошовий вираз вартості, що сплачується або одержується за одиницю продукції – це*
- а) собівартість
 - б) одинична розцінка
 - в) ціна
 - г) рентабельність
 - д) прибуток
16. *До витрат на збут належить*
- а) витрати на сировину та матеріали
 - б) амортизація основних засобів виробничого призначення
 - в) витрати на оплату праці апарату управління підприємством
 - г) витрати на рекламу та дослідження ринку
 - д) витрати на зв'язок та судові збори
17. *До адміністративних витрат належить*
- а) витрати на сировину та матеріали
 - б) амортизація основних засобів виробничого призначення
 - в) витрати на оплату праці апарату управління підприємством
 - г) витрати на рекламу та дослідження ринку
 - д) витрати на зв'язок та судові збори
18. *До адміністративних витрат належить*
- а) витрати на сировину та матеріали
 - б) амортизація основних засобів виробничого призначення
 - в) амортизація основних засобів загальновиробничого призначення (офісні приміщення, транспортні засоби невикробничого призначення)
 - г) витрати на рекламу та дослідження ринку
 - д) витрати на зв'язок та судові збори
19. *До загальновиробничих витрат належать*
- а) витрати на сировину та матеріали
 - б) амортизація основних засобів виробничого призначення

- в) витрати на опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення та інше утримання виробничих приміщень
 г) витрати на рекламу та дослідження ринку
 д) витрати на зв'язок та судові збори
20. *Грошовий вираз вартості, що сплачується або одержується за одиницю продукції – це*
- а) собівартість
 б) одинична розцінка
 в) ціна
 г) рентабельність
 д) прибуток
21. *Відповідно до методу «середні витрати + прибуток» планова ціна (Ц) визначається за формулою (умовні позначення: \bar{B} – середні витрати на одиницю продукції; $П\%$ – планова норма прибутковості (рентабельності), %)*
- а) $Ц = \bar{B} \cdot П\%$
 б) $Ц = \frac{(1 + П\%)}{\bar{B}} \times 100$
 в) $Ц = \frac{\bar{B}}{(1 + П\%)} \times 100$
 г) $Ц = \bar{B} \cdot (1 + \frac{П\%}{100})$
 д) $Ц = \bar{B} + П\%$



Практичні завдання:

Задача 1

Визначте загальну суму витрат бізнесу та собівартість одиниці продукції в поточному місяці за нижче наведеними даними:

Показник	Вид продукції	
	А	Б
Витрати сировини		
- борошно пшеничне вищого сорту (кг./кг.)	0,4	0,2
- борошно житнє (кг./кг.)	0,2	0,3
- яєчний порошок (кг./кг.)	0,01	0,02
Ціна придбання, грн.		
- борошно пшеничне вищого сорту (грн./кг.)	8,5	
- борошно житнє (грн./кг.)	10,5	
- яєчний порошок (грн./кг.)	45,5	
Плановий обсяг виробництва за місяць, тис. кг.	40,0	35,0
Норма часу на виробництво 1 кг. макаронних виробів, год./кг.	0,15	0,1
Середня тарифна ставка основних робітників, грн./год.	24,5	

Показник	Загалом за місяць, тис. грн.
Витрати на оплату праці:	

- допоміжних робітників (наладник, електрик, водій)	23,4
- адміністративно-управлінського персоналу та спеціалістів (директор, заступник директора з комерційних питань, економіст, бухгалтер, інженер-технолог)	46,0
- працівників відділу збуту та комісійні винагороди торгових агентів	25,0
Знос основних засобів:	
- виробничого призначення (обладнання, виробничі приміщення, транспортні засоби)	18,0
- загальногосподарського призначення (компютерна техніка, автомобіль, офісні будівлі)	14,0
Утримання будівель (ремонт, опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення):	
- виробничого призначення	24,0
- загальногосподарського призначення	12,0
Витрати на охорону праці	9,0
Витрати на юридичні та аудиторські послуги	2,5
Витрати на зв'язок та судові збори	1,5
Витрати на рекламу	20,5
Витрати на транспортування та страхування продукції	8,5
Інші витрати	12,0

Результати розрахунків звести в таблицю:

Стаття витрат	На одиницю продукції		На виробничу програму
	А	Б	
Сировина, основні матеріали			439,8
Заробітна плата основних працівників			232,75
Нарахування на заробітну плату основних робітників за соціальним страхуванням			51,205
Всього прямих виробничих витрат			723,755
Загальновиробничі витрати			74,4
Адміністративні витрати			74,5
Витрати на збут			54,0
Інші операційні витрати			12,0
Всього			

Тема 8. Оцінка ризиків

Сутність ризику. Типи можливих ризиків. Оцінювання можливих зовнішніх та внутрішніх ризиків в бізнес-діяльності. Концепція управління ризиками. Способи реагування на небезпеки та загрози для бізнесу. Заходи з мінімізації або нейтралізації негативних наслідків можливих ризиків. Страхування ризиків.



Тести для самоперевірки:

1. До зовнішніх ризиків бізнес-діяльності належить
 - а) нестача оборотних коштів
 - б) зношеність устаткування
 - в) зниження цін у конкурентів
 - г) новизна технологій в бізнесі

- д) невідповідність цін, передбачених бізнес-планом, та реальних ринкових цін
2. До технічних засобів попередження ризиків в бізнесі відносять
- а) встановлення відеокамер
 - б) страхування вантажів
 - в) впровадження авансових платежів (завдатку)
 - г) запровадження штрафів, пені
 - д) диверсифікація
3. До правових засобів попередження ризиків в бізнесі відносять
- а) встановлення відеокамер
 - б) страхування вантажів
 - в) запровадження системи протипожежного контролю
 - г) впровадження авансових платежів (завдатку)
 - д) диверсифікація
 - е) резервування коштів
4. До організаційно-економічних методів попередження ризиків в бізнесі відносять
- а) встановлення відеокамер
 - б) запровадження системи протипожежного контролю
 - в) резервування коштів
 - г) впровадження авансових платежів
 - д) застосування штрафів
 - е) встановлення електронної пропускнуої системи
5. Існування можливості невдачі, небезпеки, потенційної загрози виникнення різного роду втрат в бізнесі – це
- а) збиток
 - б) ризик
 - в) банкрутство
 - г) брак
 - д) конкуренція
6. До внутрішніх ризиків бізнес-діяльності належить
- а) нестача оборотних коштів
 - б) віддаленість від транспортних вузлів та інженерних мереж
 - в) ставлення місцевої влади
 - г) валютні коливання
 - д) труднощі у наймі працівників
7. До зовнішніх ризиків бізнес-діяльності належать (може бути кілька правильних відповідей)
- а) віддаленість від транспортних вузлів та інженерних мереж;
 - б) ставлення місцевої влади
 - в) зниження цін у конкурентів
 - г) нестача оборотних коштів
 - д) зношеність устаткування
8. До внутрішніх ризиків бізнес-діяльності належать (може бути кілька правильних відповідей)
- а) віддаленість від транспортних вузлів та інженерних мереж;
 - б) ставлення місцевої влади
 - в) зниження цін у конкурентів
 - г) нестача оборотних коштів
 - д) зношеність устаткування

9. До організаційно-економічних методів зниження ризиків бізнес-діяльності належать (можже бути кілька правильних відповідей)

- а) страхування
- б) резервування коштів на покриття непередбачених витрат
- в) запровадження авансових платежів
- г) запровадження штрафів та пені
- д) установка системи протипожежної безпеки

Тема 9. Реєстрація, ліцензування та патентування бізнесу

Засновницькі документи для започаткування бізнесу. Державна реєстрація бізнесу. Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню. Порядок одержання, переоформлення та анулювання ліцензії. Сутність та види патентів. Порядок одержання патенту.



Тести для самоперевірки:

1. Офіційний, державний документ, який засвідчує право на здійснення господарської діяльності протягом зазначеного строку на визначених умовах – це
 - а) ліцензія
 - б) патент
 - в) податок
 - г) торгова марка
 - д) бренд
2. Ліцензія відповідно до Закону України від 02.03.2015 № 222-VIII «Про ліцензування видів господарської діяльності» надається на
 - а) необмежений строк (якщо інше не передбачено законодавством)
 - б) 1 рік
 - в) 6 місяців
 - г) 1 місяць
 - д) 10 років
3. Плата за видачу ліцензії в Україні...
 - а) не справляється
 - б) складає 10 тис. грн. (разово)
 - в) складає прожитковий мінімум для працездатних (разово)
 - г) складає 5 тис. грн. (разово)
 - д) складає прожитковий мінімум для працездатних (щомісячно)
4. Строк прийняття рішення про видачу (відмову у видачі) ліцензії складає
 - а) 10 календарних днів з дня одержання органом ліцензування заяви про отримання ліцензії
 - б) 10 робочих днів з дня одержання органом ліцензування заяви про отримання ліцензії
 - в) 3 календарних днів з дня одержання органом ліцензування заяви про отримання ліцензії
 - г) 3 робочих днів з дня одержання органом ліцензування заяви про отримання ліцензії
 - д) 5 календарних днів з дня одержання органом ліцензування заяви про отримання ліцензії
5. До видів діяльності, які підлягають ліцензуванню відповідно до законодавства

України, належать

- а) продаж продуктів харчування
- б) надання фінансових послуг
- в) виробництво і торгівля алкогольними напоями
- г) надання перукарських та косметологічних послуг
- д) перевезення пасажирів та небезпечних вантажів

Тема 10. Організація фінансового забезпечення бізнесу

Організація фінансування бізнесу. Організація фінансового обслуговування бізнесу. Кредитування бізнесу.



Тести для самоперевірки:

1. Рентабельність продажів як показник ефективності бізнесу розраховується за формулою
 - а) Рентабельність продажів = Собівартість продукції (послуг)/Дохід *100%
 - б) Рентабельність продажів = Дохід/Собівартість продукції (послуг) *100%
 - в) Рентабельність продажів = Прибуток/ Собівартість продукції (послуг) *100%
 - г) Рентабельність продажів = Прибуток/Дохід *100%
 - д) Рентабельність продажів = Собівартість продукції (послуг) / Прибуток *100%
2. Рентабельність активів як показник ефективності бізнесу розраховується за формулою
 - а) Рентабельність активів = Собівартість продукції (послуг)/Дохід *100%
 - б) Рентабельність активів = Дохід/Активи *100%
 - в) Рентабельність активів = Прибуток/ Собівартість продукції (послуг) *100%
 - г) Рентабельність активів = Прибуток/Активи *100%
 - д) Рентабельність активів = Собівартість продукції (послуг) / Прибуток *100%
3. Рентабельність поточних витрат як показник ефективності бізнесу розраховується за формулою
 - а) Рентабельність поточних витрат = Собівартість продукції (послуг)/Дохід *100%
 - б) Рентабельність поточних витрат = Дохід/Активи *100%
 - в) Рентабельність поточних витрат = Прибуток/ Собівартість продукції (послуг) *100%
 - г) Рентабельність поточних витрат = Прибуток/Активи *100%
 - д) Рентабельність поточних витрат = Собівартість продукції (послуг) / Прибуток *100%
4. До залучених зовнішніх джерел фінансування бізнесу належать
 - а) кошти спеціальних цільових фондів (програм)
 - б) банківські кредити
 - в) грантові кошти
 - г) статутний фонд
 - д) амортизаційні відрахування
5. До запозичених зовнішніх джерел фінансування бізнесу належать
 - а) кошти спеціальних цільових фондів (програм)
 - б) банківські кредити
 - в) боргові зобов'язання (векселі, облігації)
 - г) статутний фонд

- д) амортизаційні відрахування
6. До власних (внутрішніх) джерел фінансування бізнесу відносять
- а) статутний фонд
 - б) банківські кредити
 - в) розміщення боргових зобов'язань
 - г) грантові кошти
 - д) нерозподілений прибуток
7. Форма безготівкових розрахунків, за якої клієнт-заявник доручає банку, що його обслуговує, виконати платіж постачальнику за товари, виконані роботи чи надані послуги на підставі документів, які підтверджують поставку товарів (надання послуг)
- а) платіжна вимога-доручення
 - б) чек
 - в) вексель
 - г) акредитив
 - д) платіжна вимога
8. Письмове розпорядження платника банківській установі, яка його обслуговує, перерахувати відповідну суму грошових коштів із його рахунку на рахунок отримувача – це
- а) платіжна вимога-доручення
 - б) платіжне доручення
 - в) вексель
 - г) акредитив
 - д) платіжна вимога
9. Комбінований розрахунковий документ, який складається з двох частин: вимоги постачальника до покупця оплатити вартість відвантаженої йому продукції чи виконаних робіт та доручення покупця своєму банку перерахувати з його рахунку відповідну суму на користь постачальника – це
- а) платіжна вимога-доручення
 - б) чек
 - в) вексель
 - г) акредитив
 - д) платіжна вимога



Практичні завдання:

Задача 1

Оцініть ефективність бізнес-проекту за показниками:

- 1) рентабельності;
- 2) ефективності інвестицій (за умови дисконтування грошових потоків)

Вихідні дані для розрахунків представлені в таблиці.

Показник	Період			
	0 (початок реалізації проекту)	1	2	3
Початкові інвестиції (капіталовкладення), тис. грн.	1050	-	250	-
Очікувані доходи (вхідний грошовий потік), тис. грн.	-	1850	1950	2050
Очікувані витрати (вихідний грошовий потік), тис. грн.	-	1300	1350	1400
Чистий грошовий потік, тис. грн.	-	550	600	650

Тема 11. Організація матеріально-технічного постачання в бізнесі

Сутність та напрями матеріально-технічного постачання. Вибір постачальників. Транспортно-заготівельні витрати. Формування запасів матеріальних ресурсів.



Тести для самоперевірки:

1. *Страховий запас матеріалів підприємства - це*
 - а) запас матеріалів, ціллю якого є забезпеченні безперебійності виробництва у випадках порушення графіка поставки матеріалів
 - б) запас матеріалів, ціллю якого є забезпечення безперебійності виробництва між двома поточними поставками
 - в) запас матеріалів, ціллю якого є підготовка (належна обробка) матеріалів до виробничого використання
 - г) запас матеріалів, ціллю якого є заповнення вільних складських площ
 - д) запас матеріалів, ціллю якого є формування резерву матеріалів на випадок зростання ціни на них
2. *Поточний запас матеріалів підприємства - це*
 - а) запас матеріалів, ціллю якого є забезпеченні безперебійності виробництва у випадках порушення графіка поставки матеріалів
 - б) запас матеріалів, ціллю якого є забезпечення безперебійності виробництва між двома поточними поставками
 - в) запас матеріалів, ціллю якого є підготовка (належна обробка) матеріалів до виробничого використання
 - г) запас матеріалів, ціллю якого є заповнення вільних складських площ
 - д) запас матеріалів, ціллю якого є формування резерву матеріалів на випадок зростання ціни на них
3. *Підготовчий запас матеріалів підприємства - це*
 - а) запас матеріалів, ціллю якого є забезпеченні безперебійності виробництва у випадках порушення графіка поставки матеріалів
 - б) запас матеріалів, ціллю якого є забезпечення безперебійності виробництва між двома поточними поставками
 - в) запас матеріалів, ціллю якого є підготовка (належна обробка) матеріалів до виробничого використання
 - г) запас матеріалів, ціллю якого є заповнення вільних складських площ
 - д) запас матеріалів, ціллю якого є формування резерву матеріалів на випадок зростання ціни на них
4. *Загальна вартість матеріальних запасів у складі оборотних коштів ($K_{(об),м}$) підприємства визначається за формулою (умовні позначення $Z_{пот}$, $Z_{страх}$, $Z_{підг}$ – поточний, страховий, підготовчий запас; C_i – ціна i -го матеріалу; $K_{(T-3)i}$ – коефіцієнт транспортно-заготівельних витрат*

$$\begin{aligned} \text{а) } K_{(об),м} &= \frac{(Z_{пот} + Z_{страх})}{\sum C_i \cdot K_{(T-3)i}} \\ \text{б) } K_{(об),м} &= \frac{\sum C_i \cdot (Z_{пот} + Z_{страх} + Z_{підг})}{K_{(T-3)i}} \end{aligned}$$

$$K_{(об).м} = \frac{(Z_{пот} + Z_{страх} + Z_{підг}) \cdot K_{(T-3)i}}{Ц_i}$$

в)

$$K_{(об).м} = \frac{(Z_{пот} + Z_{страх} + Z_{підг})}{\sum Ц_i \cdot K_{(T-3)i}}$$

г)

$$K_{(об).м} = \sum Ц_i \cdot (Z_{пот} + Z_{страх} + Z_{підг}) \cdot K_{(T-3)i}$$

д)

5. За призначенням запаси матеріалів в бізнесі прийнято поділяти на

- а) операційні, позаопераційні
- б) товарні, нетоварні
- в) поточні, стратегічні
- г) поточні, страхові, підготовчі
- д) поточні, непоточні



Практичні завдання:

Задача 1

Визначте планову потребу в матеріалах за нормативним методом за даними таблиці:

Показник	Вид продукції	
	А	Б
Нормативні витрати матеріалів (матеріаломісткість), нат. од./ од. продукції		
Деревина стандартної ширини (60 мм.), м ² /од.	2,3	1,2
ДСП, м ² /од.	1,9	2,1
Металеві комплектуючі, од./ од.	6	8
Плановий обсяг виробництва, тис. од. на рік	23	18

На основі визначеної потреби у матеріалах проведіть плановий розрахунок виробних запасів, якщо періодичність планового постачання матеріалів складає 20 кал. днів (деревина та ДСП) та 30 кал. днів (металеві комплектуючі). Тривалість можливої поставки у разі форс-мажорних обставин складає 3 дні. Тривалість підготовчих робіт (розвантаження, сортування матеріалів і т.д.) складає 1 день.

Визначте потребу в оборотних коштах на формування виробничих запасів, якщо ціна матеріалів складає:

- деревина – 60,3 грн./ м²;
- ДСП – 26,3 грн./ м²;
- металеві комплектуючі – 9,0 грн./од.

Задача 2

Визначте планову потребу у матеріалах за статистичним методом за даними таблиці:

Показник	Вид продукції	
	звітний період	плановий період
Фактичні витрати матеріалів		
- пісок, т.	13,6	?
- цемент, т.	26,9	?
Обсяг виробництва будівельної цегли, тис. м ³ /місяць	20,5	25,0
Індекс матеріаломісткості		

- пісок	X	0,98
- цемент	X	1,0

Тема 12. Оподаткування бізнесу

Види податків та систем оподаткування в Україні. Загальна та спрощена система оподаткування. Єдиний податок як важливий фінансовий інструмент стимулювання розвитку малого бізнесу.



Тести для самоперевірки:

1. В Україні існують такі системи оподаткування
 - а) загальна
 - б) універсальна
 - в) локальна
 - г) спрощена
 - д) єдина
2. Спрощена система оподаткування бізнесу передбачає сплату
 - а) єдиного податку
 - б) податку з доходів фізичних осіб
 - в) податку на прибуток
 - г) єдиного соціального внеску
 - д) акцизного збору
3. Загальна система оподаткування юридичних осіб передбачає сплату
 - а) єдиного податку
 - б) податку з доходів фізичних осіб
 - в) податку на прибуток
 - г) єдиного соціального внеску
 - д) акцизного збору
4. Ставка єдиного податку для платників першої групи в Україні складає
 - а) 10 % від прожиткового мінімуму для працездатних осіб
 - б) 20% — від мінімальної заробітної плати, встановленої Законом на 01 січня 2021 року
 - в) 18% від підприємницького прибутку
 - г) 5% від доходу
 - д) 3% від доходу (за умови сплати ПДВ)
5. Ставка єдиного податку для платників другої групи в Україні складає
 - а) 10 % від прожиткового мінімуму для працездатних осіб
 - б) 20% — від мінімальної заробітної плати, встановленої Законом на 01 січня 2021 року
 - в) 18% від підприємницького прибутку
 - г) 5% від доходу
 - д) 3% від доходу (за умови сплати ПДВ)
6. Ставка єдиного податку для платників третьої групи в Україні складає
 - а) 10 % від прожиткового мінімуму для працездатних осіб
 - б) 20% — від мінімальної заробітної плати, встановленої Законом на 01 січня 2021 року
 - в) 18% від підприємницького прибутку
 - г) 5% від доходу

д) 3% від доходу (за умови сплати ПДВ)

7. Платниками єдиного податку першої групи можуть бути підприємці, які відповідають таким критеріям

- а) відсутність найманих працівників
- б) кількість працівників не більше 10 осіб
- в) сума річного доходу не перевищує суму кратну 167 мінімальним заробітним платам
- г) сума річного доходу не перевищує суму кратну 834 мінімальним заробітним платам
- д) здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню
- е) надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства

8. Платниками єдиного податку другої групи можуть бути підприємці, які відповідають таким критеріям

- а) відсутність найманих працівників
- б) кількість працівників не більше 10 осіб
- в) сума річного доходу не перевищує суму кратну 167 мінімальним заробітним платам
- г) сума річного доходу не перевищує суму кратну 834 мінімальним заробітним платам
- д) здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню
- е) надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства

Рекомендована література

Базова

1. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. К. : Знання, 2013. 173 с.
2. Макаренко С. М., Олійник Н. М. Бізнес-планування : навчально-методичний посібник для студентів. Херсон : ТОВ «ВКФ СТАР АТД», 2017. 224 с.
3. Добрава Н.В. Основи бізнесу : навчальний посібник / Добрава Н. В., Осипова М. М. Одеса : Бондаренко М. О., 2018. 305 с.
4. Мельников А. М. Основи організації бізнесу : навч. посіб. / за заг. ред. А. М. Мельникова ; ред. А. М. Мельников, О. А. Коваленко, Н. Б. Пундяк. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 200 с.
5. Македон В. В. Бізнес-планування : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2009. 236 с.
6. Савіна Н. Б., Костюкевич А. М. Підприємництво та бізнес-планування : навчальний посібник. Рівне : НУВГП, 2011. 195 с.

Допоміжна

1. Виноградська А. М. Основи підприємництва : навч. посібник. К. :

Кондор, 2005. 544 с.

2. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування : навч. посібник. Вид. 2-ге, доп. / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболь, Г. О. Швиданенко, О. Г. Дерев'янка. К. : КНЕУ, 2002. 379 с.
3. Бескровна Л. О. Бізнес-планування підприємства : навч. посіб. з курсу «Бізнес-планування оператора зв'язку» / Бескровна Л. О. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2012. 124 с.
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
5. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № [436-IV](#). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
6. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 28.09.2017 № 222-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19>
7. Закон України «Про господарські товариства» від 17.06.2018 № 1576-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>.